

Ведущий развлекательных передач на российском телевидении

Научный руководитель – Ревенко Анастасия Андреевна

Горемыкина Полина Владимировна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия
E-mail: lenina-arina@mail.ru

Развлекательные передачи являются самыми популярными на российском ТВ. Их доля в общем количестве жанров телепередач составляет 43,2% [2]. Причина популярности - способность развлечений давать некое состояние праздника, ощущение того, что за окном всё не так уж и плохо [5]. Успех практически любой телепередачи частично зависит от ведущего. Поэтому создатели новых программ предпочитают брать на эту роль настоящего талантливых людей, которые способны заинтересовать зрителей.

Телеведущий является лицом программы и через некоторое время начинает ассоциироваться с ней. Поэтому для создания позитивных ассоциаций подбирается человек с определенными характеристиками, имиджем. Он должен обладать способностями к творческой деятельности, высоким мастерством владения словом, определенными внешними и физическими данными, быть заинтересован в своей деятельности, вызывать у зрителей доверие. Ведущий развлекательной программы обязан иметь хорошее чувство юмора и находчивость, чтобы справиться даже с нестандартной ситуацией, возникшей в прямом эфире.

Вот лишь небольшой список самых популярных телеведущих развлекательных передач, выходявших в 2020 году:

1. Первый канал: Иван Ургант (Вечерний Ургант), Дмитрий Нагиев (Голос), Максим Галкин (Лучше всех, Сегодня вечером), Лариса Гузеева (На дачу!, Давай поженимся!), Жанна Бадоева (Жизнь других); Алла Михеева (Dance Революция);

2. Россия-1: Андрей Малахов (Танцы со звездами, Привет, Андрей!), Николай Басков (Ну-ка, все вместе!), Евгений Петросян (Петросян-шоу, Юмор! Юмор!! Юмор!!!, Юмор года), Елена Степаненко (Шоу Елены Степаненко, Парад юмора);

3. СТС: Сергей Светлаков (Полный Блекаут, Светлые новости, Русские не смеются), Михаил Галустян (Русские не смеются, Миша портит все);

4. ТНТ: Павел Воля (Двое на миллион, Импровизация, Comedy баттл, Comedy Club), Азамат Мусажалиев (Где логика? Музыкальная интуиция), Екатерина Варнава (Секрет, на канале Пятница! - Бой с гёрлс), Александр Гудков (Ты - топ-модель на ТНТ, на канале Пятница! - Бой с гёрлс), Ксения Бородина (ББ шоу, Перезагрузка, Бородина против Бузовой), Ольга Бузова (ББ шоу, Бородина против Бузовой).

Согласно данным исследовательского холдинга Romir за 2020 год, в топ-10 телеведущих, которым больше всего доверяют россияне, входят Андрей Малахов (1 место), Максим Галкин (2 место), Иван Ургант (4 место), Павел Воля (7 место), Ксения Бородина (10 место).

Все перечисленные звезды обладают составляющими имиджа телеведущего. Однако подавляющее большинство из них - мужчины. Из перечисленных 18 ведущих лишь 7 из них - представительницы прекрасного пола.

Заметный перевес в сторону мужского пола среди ведущих развлекательных передач заставляет задуматься о причинах этого явления. Цель работы заключается в установлении причин превышения количества мужчин-ведущих развлекательных передач над

количеством коллег женщин. В ходе проведения исследования были проанализированы отечественные и зарубежные статьи, затрагивающие психологию, СМИ, журналистику, бизнес. В результате были установлены следующие предпосылки:

1. Различие в тембре голоса. Специалисты Business Speech Science Research узнали, как люди оценят человека, основываясь только на его голосе. Согласно исследованию, большинство признало мужские голоса более располагающими, спокойными, вдохновляющими, оптимистичными, вызывающими доверие. Подобную закономерность можно объяснить следующим образом - низкий голос, свойственный сильному полу, свидетельствует об уверенности. Тело говорящего не напряжено, голосовые связки не зажаты. Он может уверенно пользоваться полным диапазоном своего голоса.

2. Отличие женского юмора от мужского. Доктор философии Сюзан Краусс Уайтбоурн считает, что сильному полу свойственна более агрессивная манера шутить. Когда жизнь преподносит неприятные сюрпризы мужчине, сарказм помогает справиться с ситуацией. А женщине, которая прибегнет к помощи саркастической шутки в трудную минуту, не полегчает. Женщины, как правило, деликатнее мужчин, из-за чего шутят на более ограниченный список тем.

3. Менталитет. Во времена СССР социальный статус женщины поднялся, однако со времен «Домостроя» главное и уважаемое место российской женщины — дома [4]. В СМИ широко используются гендерные стереотипы, основанные на принятых в обществе представлениях о маскулинных и феминных концептах личности. Эти представления осознаются индивидом как конкретные модели поведения, принятые в культуре. СМИ способствуют формированию определенных поведенческих установок личности, образов. Они либо полностью соответствуют стереотипам о феминном концепте личности женщины, либо награждаются маскулинным концептом. Поэтому женщины зачастую сталкиваются со стереотипом, порождающим тяжелый выбор - либо успех в работе, либо счастье в семейной жизни, потому что совместить личную жизнь и карьеру невозможно.

4. Культивирование образа женщины как сексуального объекта. Использование женщины, женского тела. Оно не только продает, но и продается. Мишель Смит из университета Дикина затрагивает тему двойной привлекательности и пишет о том, что в отношении женщин-телеведущих больше предвзятости, так как стареющие женщины часто не могут поддерживать требуемый от них стандарт привлекательности, чего не требуют от их коллег мужского пола [6].

Таким образом, существуют объективные предпосылки численного превосходства мужчин-ведущих развлекательных передач над коллегами женского пола. Однако, это можно изменить. Например, широкий выбор курсов по улучшению дикции способен улучшить звучание голоса. Истории успешных женщин, совмещающих личную жизнь и карьеру, а также появление новых, современных образов женщин на экранах могут изменить устоявшиеся стереотипы. Это повлияет на предвзятость в отношении возраста и внешнего вида женщин-телеведущих.

Источники и литература

- 1) Куликова А. В. Телевидение как техника конструирования повседневности: гендерный аспект // Труды НГТУ им. Р. Е. Алексеева. 2010.
- 2) Лавров В.В. Доминирующие форматы передач отечественных телеканалов // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. С. 134-137.
- 3) Павелкина Л. С. Влияние СМИ и рекламы на формирование гендерных моделей поведения // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 159-165.

- 4) Сергеева А. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. М., 2004.
- 5) Аргументы и факты: <https://aif.ru/culture/25878>
- 6) The conversation: <https://theconversation.com/tv-presenters-sexism-and-the-attractiveness-double-standard-19802>